

## デジタル資本主義時代のメディア・リテラシー教育

デイビット・バッキンガム教授（イギリス ラフバラ大学・キングスカレッジ・ロンドン）

訳者：時津啓（島根県立大学）、砂川誠司（愛知教育大学）

### 1. はじめに

最後に日本に滞在した10年以上前から、世界も変化してしまいました。私が話したいのは、メディア教育が変化する時代にどのように追いつく必要があるかということです。特に、メディア環境の変化、つまり私がデジタル資本主義と呼んでいるものです。変化の時に重要なのは、前を見るだけでなく過去を振り返ることです。今まさに、このことが必要だと思います。私たちは歴史を必要としています。物事がどのように変化するかを理解するためには、これから話すように、あらゆるメディアの起源に立ち返る必要があるのです。

### 2. サイバーユートピア主義の終焉

私は最近、フレッド・ターナーのとてもおもしろい本を読みました。それは「カウンターカルチャーからサイバーカルチャーへ」と呼ばれています。ここでターナーが行っていることは、サイバーカルチャーの起源、インターネットの起源、そしてニューメディアの影響に関するある種のユートピア主義と彼が呼ぶものの起源に目を向けることです。彼はこの本で『全地球カタログ (Whole Earth Catalog)』を取り上げています。これはおよそ50年前の1968年に出版されています。この本は、本来ヒッピーによるカウンターカルチャーのために書かれました。まるで本の中にインターネットがあるようなものです。その考えは次のようなものです。カウンターカルチャーとしての『全地球カタログ』を通して、情報へのアクセス、真実へのアクセスが与えられるだろう。現在インターネットについて人々が行っている主張の多くは、当時この本をめぐってすでになされていたのでした。それはとても影響力のある本でした！

フレッド・ターナーは、本の中で、歴史の展開へと遡行しています。例えば、『全地球カタログ』の著者であるスチュアート・ブランド、それからアップルコンピュータの創始者であるスティーブ・ジョブスのような起業家まで遡行しています。そして、彼はこれらの人々の起源となる考えがどのようにヒッピーのカウンターカルチャーから生じ、徐々に新しい資本家による起業的考えと結びついていったかを辿っています。特に、スティーブ・ジョブスはユートピアのヒッピーから資本主義起業家へと大きく転換しました。

しかしながら、このような歴史に貫かれていた考えは、革命の手段としてのテクノロジーという考え、あるいは普通の人に対するエンパワーメントの手段としてのテクノロジーという考えです。ある意味で、これはテクノロジーに対する決定論的な考えであると言えます。

テクノロジーはまるで魔術的なプロセスによってもたらされ、テクノロジーは社会を変え、個人を変え、そしてより広く社会を変えるのだ、と。誰が、どのようにテクノロジーを使用しているのかということとは無関係です。テクノロジーは社会に決定的な影響を与える力をもつというのです。人々がデジタル技術の起源とそれに続くインターネットの到来を認識し始めた1970年代の終わりと1980年代の初めにこのような考えを見ることができます。そして、2000年代の初めにまた、このような考えは再び登場します。ITバブル（dot.com）の崩壊後、市場は崩壊し、今ではソーシャル・メディアと呼ばれるWeb.2.0が出てきました。それはより参加的なインターネットという考えです。そしてここでも、解放の手段としてのテクノロジーに関する主張があります。ヒッピーのスローガンに立ち戻るならば、それは「人々に力を（power to the people）」です。テクノロジーが人々に力を与えるというものです。

### 3. 教育の中のサイバーユートピア主義

私たちは同じような考えを教育の中にも見ることができます。例えば、アップルコンピュータは同種のサイバーユートピア主義を有する教育市場をターゲットにすることに特に長けています。解放としてのテクノロジーという考え方は、教育の文脈でもテクノロジーの売り込みに使われているのです。その考えは次のようなものです。テクノロジーは学びを変容させる。テクノロジーは生徒たちに力を与える。そして、同じように教師も解放する。ある人は、テクノロジーが教師を不要にすると言うだろうし、またある人は、教師が新たな役割、つまりより生徒たちへ力を与える役割を果たすと言うでしょう。

私は、このような考えには懐疑的な立場であると言わねばなりません。私たちは、教育において、テクノロジーが果たそうとしてきたことがことごとく失敗してきた歴史を見てきたように思います。振り返ってみれば、1950年代と1960年代のテレビの登場、1920年代の映画にも同じような議論をしている人がいることを見つけることができます。ここには、新たなテクノロジーがあります。フィルムカメラ、フィルムプロジェクター、テレビです。これらは、教師と生徒を解放し、教育を根本的に変容するというのです。そして、実際には、このような大きな約束は決して果たされることはありませんでした。頻繁に生じているのは、人々が実際には使用していないバックグラウンドへと、テクノロジーが入り込んでしまうことです。だから、私たちは約束の果たせなかった歴史を持っているのです。

このことはデジタルテクノロジーについてもあてはまるでしょう。私たちは、このようなテクノロジーが広く教育改革の一部、教育学の変化になりうることを知っています。私たちにインスピレーション（刺激）を与えてくれる教師がいるところでは、刺激的な方法でテクノロジーを使うこともできます。しかし教育の中でテクノロジーがどのように使用されているのかを見ると、私たちが見出すことができるのは、大変狭く縮小された使い方です。テクノロジーは、教えるためというよりも、テストのために頻繁に使用されていましたし、データを集めるために使用されていました。実際には根本的に教育的変化をもたらすような手段として使用されることはほとんどありませんでした。学校におけるテクノロジーの使用が、学校外で子どもたちがテクノロジー

を用いてやっていることと結びつかないことが多いのです。1970年代の終わりに私の勤めていたロンドンの学校に、はじめてコンピュータが来た時のことを覚えています。この時、私は教師でした。振り返ってみれば、このテクノロジーがどのような違いをもたらすのかについて声高に主張する人もいました。そして、子どもたちにとってはコンピュータに触れるのは初めての経験であり、コンピュータを見ることも、きっと初めてでした。それが今となつては、みなさんが教えている生徒たちのほとんどは、ポケットの中にコンピュータを入れて歩き回っています。つまり、スマートフォンです。テクノロジーは学校外の世界の中へより広くばらまかれました。そして、学校におけるテクノロジーの問題のひとつは、学校外で変化していることについていけないことです。

#### 4. 夢から悪夢へ

だから、一般的に、テクノロジーと教育の歴史の中で、このことがずっと問題だったのだと思います。私たちには、テクノロジーが解放、エンパワーメント、変化の素晴らしい形をどのように作り出さうかということについて、ユートピア的な約束の歴史があります。しかしながら、ここ1、2年、このような議論は明らかに変化し始めています。テクノロジーが解放をもたらすという夢物語は、悪夢へと変わってしまいました。

最近のイギリスの新聞見出しはこれです。そこにはこうあります。「グーグルがテロリストと友人関係にある。」「インターネット上でサイバーセックスゲームが繰り広げられている。」「子どもの脳を破壊し、注意力の持続時間を破壊して中毒にさせるソーシャルウェブサイトがある。」これらは慣れ親しんだ主張でしょう。もちろん、これらの新聞はテクノロジーによって脅かされています。新聞にも自らの経済的損得があります。きっとだから、新聞はテクノロジーの危険を見出しで謳っているのだとあなたは思うでしょう。しかし私は、これらがデジタルテクノロジーに関する公共的議論で生じている大きな変化を指摘しているとも思っています。

#### 5. データの政治とデータのビジネス

このことに関する別の暗示は1、2年前にすでにありました。それは「ケンブリッジ・アナリティカのスキャンダル」です。この会社は5000万人のフェイスブックユーザーからデータを基本的に収集し、何が起きているのかをユーザーに知らせないままドナルド・トランプの大統領選陣営にそのデータを売っていました。これは大きなスキャンダルであり、大きな記事（story）です。しかしながら、これは実際には個別の事例ではありません。これは、フェイスブックやグーグルのような会社が常にデータを集め、売っているという理由で、このようなテクノロジーやビジネスがいかににより一般的に機能しているのかを示した徴候です。彼らは私たちのデータを政治運動にだけでなく、市場にも売っています。だから、確かにこの記事は実際には「ケンブリッジ・アナリティカのスキャンダル」ですが、私はよりメディア環境内で広く生じている徴候だと思っています。

## 6. 技術非難の年

私たちは、議論における大きな変化を目の当たりにしています。メディアテクノロジーを促進してきた会社の重役たちの多くでさえ、その楽観主義を失い始めている状況を見てきました。ほとんど毎月のように、テクノロジーがどうやって私たちを地獄への連れていくのかということについて語る本が出版されています。テクノロジーのせいで、あらゆることは悪くなっているというのです。ここで例をあげます。ジャロン・ラニアーです。彼は本当の革新者で、ヴァーチャル・リアリティに関するイノベーターです。彼は『今すぐにあなたのソーシャル・メディアアカウントを削除する10の主張 (Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now)』という新しい本を出版しました。スライドの真ん中にティム・ウーがいます。彼は以前、メディアテクノロジーを促進してきた会社の重役のひとりでした。今は、いかに大きなビジネスがインターネットの約束を破壊したかについて書いています。このような本はたくさんあります。また、アップルのような会社の重役から直接聞いた話だと、「私は自分の子どもにコンピュータの使用を許さない。ソーシャル・メディアやソーシャルネットワークを使用することは許さない」と言っています。

だから私は、何人かの人がテクノロジーへの反発である「tech-lash」と呼んでいる大きな変化を目の当たりにしています。私たちには非常に楽観的なユートピア的主張の歴史がありますが、ここ数年、議論全体が劇的に変化してきました。人々は何を心配しているのでしょうか。人々は、初めからインターネット上のポルノグラフィや幼児性愛者 (pedophiles) について話していました。実際、インターネットの拡大をもたらしたのはポルノグラフィでした。このことは、決して忘れられるべきではないです。しかし、現在最も懸念されるのは社会的・個人的な幸福 (well-being) に関係することです。それは民主主義についてであり、どのような社会に暮らしたいのかということについてです。そして、また個人的な幸福について言えば、私たちが何になりたいのか、子どもたちにどうなってほしいのか。これらこそ、最大の関心事なのです。

フェイク・ニュース、ポストトゥルース社会、インターネット上の虚偽に関する懸念はたくさんあります。私たちはオンライン上で過激化 (radicalization) している若者に懸念を抱いています。特にTwitterのようなソーシャル・メディアのプラットフォーム上では、虐待、ネットいじめ、ヘイトスピーチが懸念されています。私たちには監視に関する懸念もあります。私たちはこうした企業がデータを収集してプライバシーを侵害し、そのデータを使用して分析し、広告主に販売していることに懸念を抱いています。そのようにして彼らはお金を稼いでいるのです。私たちは個人の幸福についても懸念しています。誰もが自撮りを撮ってフェイスブックのプロフィールに載せるのは、ナルシズムの蔓延と言えましょう。ソーシャル・メディアを頻繁に利用するにつれて、人々はますます落ち込むようになる。私たちはソーシャル・メディアを使用していない人よりも、より憂鬱になるのです。若者がスマートフォンの中毒になっていると聞いたことがあります。これは、これらのメディアが精神衛生に与える影響に関する、より一般的な懸念の一例にすぎません。

再びメディア学者として考えたいのです。ちょっとした歴史感覚を持ちたいのです。なぜな



ら、歴史を振り返ってみれば、他の新しいメディアに関しても類似した否定的な主張を見出すことができるからです。1990年代にコンピュータゲームに関して人々が言っていることを振り返ってみれば、それは1980年代のビデオに関して人々が言っていたことですし、1950年代と60年代にテレビについて人々が言っていたことです。私たちは実際には同じ主張へと遡行することができます。セックスと暴力に関する主張はその一部です。見方によっては、これらのメディアは、悪い言動の様々な形式を促進しているようです。しかしながら、私たちはこれらのメディアがいかに子どもたちの遊びを破壊し、いかに私たちがメディアの中毒になっているのかに関する懸念を見出すこともできるかもしれません。しかし、1920年代の映画、19世紀の大衆文学、大衆劇場でのミュージカルについても、類似した議論がなされていました。そして、古代ギリシアの哲学者プラトンにまで遡ることができます。その著書『国家』の中で、劇詩が若者にとっていかに害悪かを書いています。なぜなら、それらは悪い役割モデルを示そうとするからです。劇詩は悪く、不健全な影響でした。あるレベルでは、私たちは以前にこれらの懸念のすべてを見てきたということです。それは、モラルパニック、ある人に言わせればメディアパニックと同種です。

しかなしながら、私たちは注意する必要があります。私たちは実際にすべてのことを見ているわけではありません。人々が懸念しているこれらのことのいくつかは、実際に社会で進行している広い変化を反映しています。それは特に現在、経済の中で起きている大きな変化の一部です。だから、あるレベルにおいては、これらの主張に注意を向けましょう。中毒、フェイク・ニュースといった言葉にも注意を向けましょう。それらは決して新しいこととは限りません。メディアの影響に関する主張にも気を付けましょう。しかし、私たちは進行している変化の広い意味でのパターンに気づく必要がありますし、それにはメディアが影響しているのかもしれません。

## 7. より大きな構図

私たちにはより大きな構図 (picture) を見る必要があります。少数の会社がますますメディア環境を独占しているという状況 (situation) について話しています。これはデジタル資本主義でしようし、ある人がコミュニケーション的資本主義、プラットフォーム資本主義、監視資本主義とも呼んでいる状況です。私たちは少数の会社が市場を独占している状況にあることについて話しています。それらはコンテンツを売るという伝統的な方法で操作しているわけではありません。実際にはデータを集め、売っています。これは有名な方針です。つまり、サービスが無料ならば、あなたが製品なのです。あなたやあなたのデータがここで売買されている商品なのです。

4～5社の大手企業が、多かれ少なかれ独占しています。いくつかの数字を提示しましょう。フェイスブックは22億のアクティブなユーザーを有し、世界の人口の約30%がフェイスブックを利用しています。フェイスブックに匹敵するソーシャルネットワークはどこにもありません。インスタグラムやメッセンジャーのようなものに親しんでいる人もいますが、実際にはフェイスブックが同様にこれらのプラットフォームを所有しているのです。

グーグルではインターネット上の検索の90%以上がなされ、毎日35億件もの検索が行われています。これもまた、競合他社は取るに足らない存在です。他の検索エンジンと比較しても、グー

グーグルは他を圧倒して大きいのです。グーグルは実際に世界で最も大きな会社なのです。二番目の会社、ディズニーのおよそ二倍です。そしてもちろん、グーグルの親会社であるアルファベットはYouTubeを所有しています。繰り返しになりますが、YouTubeはマルチメディアサイトの市場リーダーであり、マルチメディアにおける市場の占有率はおよそ80%もあります。YouTubeでは毎日50億もの動画が視聴されています。

一方、アマゾンにはオンラインの小売業を独占しており、実際に米アマゾンはオンラインショッピングの半分になりました。そして、オンライン市場は明らかに日に日に成長しており、普通に考えれば、街の店舗販売は消えていっています。誰かの言葉を借りれば、アマゾンは市場を独占したいわけではない。アマゾンは市場になることを望んでいるのです。だから、アマゾンを所有するジェフ・ベゾスは公式には一番のお金持ちです。

アップルは明らかにハードウェア会社であり、大成功したデバイスを有しています。これまでに10億台のiPhoneが売られました。しかしながら、アマゾンのように、アップルはメディア制作と配信へと動き始めています。アマゾンは独自のメディアコンテンツを作って配信しています。アマゾンはオリジナルのメディアコンテンツに多額の資金を投資していることになります。それは、アップルも同じです。アップルは音楽配信を独占し、有料の映画コンテンツを独占しています。

ネットフリックスはこうした企業のひとつになりつつあります。ネットフリックスは1440億ドルの時価総額を持つ企業です。これは非常に大きな数字です。ディズニーに次ぐ第3位の巨大メディア企業として急成長しています。その収益は毎年40%ずつ伸びており、これはどの業界でも驚異的なものです。

さてこれらこそ、FAANGs (Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Googleの頭文字) です。みなさんは牙 (FANG) が歯であること、まるで吸血鬼の歯のようだということがわかったでしょう。これらの企業は異なる歴史を持っています。しかし、これらの会社はこの世で最も儲かっている会社であり、そんなやり方で収益を維持するために一生懸命仕事しているのです。

## 8. 全体的な調停

このことに加え、私たちは、メディアの始まりと終わりを見分けるのがますます難しくなっています。映画マトリックスをよく知っているでしょう。もしかしたら私たちは今マトリックスに住んでいるのではないかと想像せざるをえません。そういう世界に私たちは向かっているのです。ここで言及してきた企業はインターネットのトラフィックを最大化し、いくつものアルゴリズムを使って仕事をしています。私たちのような多くの人には全く見えないアルゴリズムです。アルゴリズムがどのように機能するのか。これらの企業がどのような種類のデータを収集しているのか。私たちはこれらを全く理解していません。そして、彼らのビジネスはトラフィックを最大化することにこそあります。なぜなら、クリックはお金を、クリックは収入を意味するからです。

さらにこうしたメディアはますます遍在 (ユビキタス) しています。ここではモバイルメディア、またウェアラブルメディアについて話しています。実際に会話を監視するAlexaやSiriなどの

バーチャルアシスタントについて話しています。それは、自宅で家族と話をすれば、会話を盗み聞きし、聞いた内容にもとづいて製品をおすすめしてくるデバイスです。あなたはそんなものを持っている可能性があるのです。本当に怖いのです。

これは、しばしば若い人たちにだけ当てはまるものだと思われています。あらゆることが、世代によって考え方が違うのです。私たちはこれがお年寄りには適用されないと聞きました。ミレニアル世代だけだ、と。しかし実のところ、これは私たち全員に適用されることだと思っています。高齢者と若者の間では、テクノロジーの採用パターンが違います。若者のなかには、年配の人よりも先にいくつかのデバイスを手に入れる人もいます。しかし、実際には携帯電話などのいくつかのデバイスは、年配の人たちが先に手に入れ、若者は手が出せませんでした。私たちが見ているのは、異なった採用パターンと異なったテクノロジーの普及です。しかし、加速するメディアのユビキタス化は若者たちだけでなく、私たち全員に当てはまることなのです。私たちの社会全体、私たちの政治システム、私たちの経済、芸術、文化、私たちの労働生活は、社会的関係や私的関係と同様に、テクノロジーがあふれている状況へと急速に移行しています。テクノロジーとメディアから逃れることはできません。媒介化 (mediation) はいたるところにあるのです。

## 9. メディア・リテラシー：魔法の解決策？

では、私たちはどうしたらよいのでしょうか。特に、メディア教育者はどうしたらよいのでしょうか。そうですね、この15年間、もしかするとそれ以上長い間に、メディア・リテラシーについての多くの議論がなされてきました。私はこれまでずっとメディア教育に携わってきました。メディア教育とは学校でメディアについて教えるものですが、イギリスにはひとつの歴史があります。おそらく70年から80年ほどの歴史がイギリスにはあるのです。1960年代、確かに人々はメディアについて教えてきました。1970年代には、メディア研究の専門科目がありました。しかし、メディア・リテラシーという表現は、2000年のはじめあたりに、私たちにとっての議題として登場してきました。このメディア・リテラシーという概念は、しばしば見たところメディアによって引き起こされたかもしれない問題に対する魔法の解決策のようなものとして提示されてきました。

私たちが持ち合わせているのは、テクノロジー化され、メディア化された世界です。どう対処したらよいのでしょうか。その答えは、私たち全員がメディアを読み書きできるようになる必要があるということです。あるレベルでは、これは問題ないでしょう。しかし、メディア・リテラシーは規制の代わりであるかのようです。政府は規制に対してますます慎重になってきました。メディア市場を規制したいと全く思っていません。部分的には政治的な理由からではありますが、実際には、彼らはメディア市場を規制できないと考えているからでもあります。イギリスにおいて、例えば、私たちはフェイスブックのコンテンツを規制できるのでしょうか？フェイスブックはグローバル企業です。政府がグローバル化したメディアを規制するのはとても難しい。政府がインターネットのように分散化されたテクノロジーを規制するのは非常に困難です。もちろん、企業は規制を望んでいません。マーク・ザッカーバーグは国会に行き「フェイク・ニュー

スはととてもとても残念だ」と言いました。しかし、実際にはフェイスブックとグーグルは規制を望んでなどいません。なぜなら、それは彼らの巨大な収益性を脅かすからです。政府と企業は規制を望んでいません。そして、メディア・リテラシーが一種の規制の代替手段として登場するのです。市場は規制できない。消費者が自らを規制する必要がある。そういう考えです。

そして、これは教師の責任になります。教師はこの話をよく知っているでしょう。私たちは社会問題を抱えています。麻薬の問題、10代の妊娠の問題、フェイク・ニュース問題。そして答えは教育です。常に教育です。解決主義（solutionism）と呼ばれることもあります。教育が魔法の解決策になるのです。政府はこの問題に対処することはできない。だから、あなたが対処しなさい。そう言っています。教師への責任転嫁です。今、メディア教育者である私たちはおもしろい立場にいます。なぜなら、ある部分では私たちは次のように言いたいからです。「はい、私たちはこれに対処することができます。私たちはフェイク・ニュースについて知っています。私たちはニュースを教え、この問題を解決できます」、と。私たちは、やっと自分たちの時代がやってきたと思っています。私たちが働きかけ続けてきたから、私たちの時代が来たのだ、と。しかし、これは危険な瞬間です。実際ここで起こっていることは、教育者にとっても危険な機会でもあります。

## 10. いかにしてメディア・リテラシーは間違ったのか

イギリスでメディア・リテラシーがどうなったか。その戒めの話をしたと思います。幸せな話ではありません。2003年、新しい通信法ができました。メディアの規制システムを変えた新しい法律です。Ofcom（放送通信庁）と呼ばれる新しい組織、通信の公的機関が作られました。その通信法は、古いメディア（重要なのは報道ではなく放送ですが）に対する規制を通信規制にまとめました。Ofcomはメディア・リテラシーと呼ばれるものを促進する責任を与えられたのです。メディア・リテラシーはここでは定義されていませんでしたが、Ofcomは規制に代わるものとして非常に大きな役割を果たすはずでした。

政府はこの新しい超規制機関を設立しましたが、より広い意味ではその機関がやっていたことは後退でした。メディアの提供を進めるためには、市場を離れる必要がある。そうOfcomは言っていました。私たちはますます規制しなくなっています。規制の責任が政府から個人に移りました。政府は、人々が自らを規制し、メディアの利用を規制し、メディア文化の問題を対処するよう望んでいます。そのためには、人々は読み書きができる、その能力があるということを私たちは確認する必要があると言うのです。これはとても個人主義的なアプローチです。責任を消費者に戻すということです。ここには多くの問題がありましたが、最も重要なことは、メディア・リテラシーは決して教育の優先事項ではなかったということです。Ofcomと通信法は、メディア規制についてのものでした。つまり、メディア政策や通信政策についてのものだったのです。それは教育政策に関するものでは全くありませんし、実際、教育の政策決定者はメディア・リテラシーには全く興味を持っていませんでした。



## 11. メディア・リテラシーの何が問題か？

教育者として、私たちはメディア・リテラシーを非常に幅広いものだと考えています。しかし、政策立案の過程で批判的思考やメディアの批判的理解としてのメディア・リテラシーという幅広い視点は、次第に範囲が狭くなっていきました。5年間で、メディア・リテラシーはインターネットの安全性についてのものになり、恵まれない人々を包摂することについてのものになりました。例えば、オンラインについてのメディア・リテラシーを身につけていない高齢者には、テクノロジーを利用する自信を与えるためにどうにかするというわけです。メディア・リテラシーは、批判的理解や市民性と教育に関する非常に幅広いものであったことから、オンラインの安全性を人々に警告し、人々がテクノロジーを利用できるようにすることに関する非常に狭いものへと変わりました。これらのことが重要でないと言っているのではありません。メディア・リテラシーはそれよりはるかに広いものだと言っているのです。

メディア・リテラシーの何が問題なのでしょう。メディア・リテラシーとメディア教育の違いをはっきりさせる必要があります。メディア・リテラシーに対する見方の問題のひとつは、問題を単独で扱うことだと私は思っています。私たちは社会問題を抱えています。フェイク・ニュース、ネットいじめ、ネット中毒などの問題です。私たちはそれぞれの問題を取り上げ、簡単な修正方法や問題に対処する方法を見つける必要があります。問題は、これらの問題の原因を見ていないことです。私たちは徴候を見ているだけです。そして、最終的にやるのは手っ取り早い解決策（‘quick fix’ solution）です。インターネットの安全性には問題があります。だから、インターネット上のすべての小児性愛者に注意するように、子どもたちにレッスンを施しましょう、と。それから、私たちは断片的な一連の解決策を持ちだします。例えば、フェイク・ニュースには懸念があります。だから、虚偽（lies）と真実（truth）の違いを子どもたちに話して教えましょう、と。そんなに単純ならよいのですがそうではないのです。

そして、最終的には、非常に防御的な、保護主義的アプローチに行きつきます。メディア・リテラシーを促進する上で、私たちは絶えず非難をしているようです。私たちには子どもたちが避けるべきすべての悪事を警告する必要があるとも言うのでしょうか。しかし、私たち教育者の多くは、この非難があまり効果的な教育戦略ではないと知っています。ここでの私の議論は、メディア・リテラシーはしばしば解決主義に関するものであり、もっともっと大きな社会問題に対する個人主義的な答えだということです。

## 12. メディア・リテラシーは教育を求める！

メディア・リテラシーには教育が必要です。私たちが人々にメディア・リテラシーを持たせたいと本当に望まなければ、それについて話すことは全くできないのです。私たちには、教えることと学ぶことの適切なプログラムが本当に必要です。危険なのは、メディア・リテラシーが人々のジェスチャーになってしまうことです。もちろん、私たちはみなメディア・リテラシーを信じていますが、実際にはメディア・リテラシーを実現するために人々が何もしないということはよくあるのです。メディア・リテラシーを実現させたいのなら、メディア教育が必要です。

学校でメディア教育を行うことの意味は、メディアとテクノロジーについて教える必要があるからです。テクノロジーをもちいた（with）教育、テクノロジーを通した（through）教育がたくさんあります。教師は教育テレビや教育メディアを使用していたのと同じように、コンピュータを利用しています。それは構いませんが、私が話しているのは、メディアを通してだけではなく、メディアとテクノロジーについて教えることです。私たちは、メディアとテクノロジーに関して、そして特に教室の外で起こっていることについて、批判的に問う必要があるのです。

しばしば人々はこれが「デジタルリテラシー」のことを言っているのだと思ってくれます。しかしながら、デジタルリテラシーはしばしば非常に機能的、非常に道具的なものです。ブラウザを使ったり、コンピュータに接続したり、ソフトウェアを使ったりできるかどうか、と。たいてい、それはテクノロジーを用いる際の手段となる能力、つまりテクノロジーを用いる際の一種のスキルに関するものです。メディア教育はもっと野心的ですし、もっと包括的です。もっと理論的に首尾一貫しており、そしてまた、より挑戦的です。悪事を子どもたちに警告するだけよりも、教えることはよほど難しい。それは、批判的思考についてなのです。部分的には創造性と創造的参加に関するものですが、決定的に重要なのは批判的思考です。

さて、おもしろい時代になってきました。これまで、メディア教育とそれを実施することについての話をずっとしてきました。長い歴史があります。15年ほど前、突然人々はメディア・リテラシーについて語り始めました。しかしながら、実際にはメディア・リテラシーは成功しませんでした。私たちはまだ、メディア教育を実現させるよう努力しています。

### 13. 批判的コンセプト

ここまで批判的思考について話してきましたが、批判的というのは問題のある言葉です。言うのは簡単ですし、私たちはみな、批判的であると信じていますが。批判的とはどういう意味なのでしょう。イギリスには四つの概念に基づいたメディア教育カリキュラムがあります。

ひとつめが、「メディア言語」です。これは、メディアがどのように意味を生み出すのか、あるいはメディアから私たちがどのように意味を生み出すのかということです。デジタル・メディアとインターネットに関して大切なことは、インターネットは人々が参加して、そして自らを表現する自由な空間ではないということです。フェイスブックやツイッターなどのソーシャル・メディアは、オープンフォーラムではありません。ルールがあったり、慣習があったり、ある種の可能な言語があったりする場所であり、人の行動を支配するいわゆるコードがあります。したがって、私たちは言語の種類や、人々がこの空間で使っている慣習の種類を学ぶ必要があります。

ふたつめは「表象」です。メディアはどのように現実を表象するのでしょうか？繰り返しになりますが、デジタル・メディアに関して言えば、大切なのは、それらが単なる「情報」技術ではないということです。しばしば、情報はすぐそこにあり、回線を伝って画面や私たちの脳に入ってくるかのように考えられています。一方、メディア教育の観点からみると、これは単なる情報ということを行っているわけではありません。私たちは、この情報がどれほど信頼でき、どれほど

説得力があるのかを問う必要があります。私たちは、こうしたモノ（material）が世界を表象するしかたをどれくらい信じてよいのでしょうか。

次に、「制作」です。制作とは、誰がこうしたメディアを作っているのか、それはどのように、そしてなぜかということを知りたいのです。さきほども触れましたが、大切なのはデジタル・メディアやソーシャル・メディアは無料ではないということです。無料のように見えるかもしれませんが、実は、人々はそれらのメディアから莫大なお金を稼いでいるのです。こうしたデータベースを使ってお金を稼ぐビジネスモデルは、テレビなどの伝統的なメディアのビジネスモデルとは異なりますが、依然として非常に大きな企業によって支配されています。

最後に、「オーディエンス」です。これらのメディアを使用するオーディエンスは、どのように、なぜメディアを使うのでしょうか。ここでも重要なのは、それは単なるエンパワーメントでも、自己表現の強化でもないだろうということです。「オーディエンス」とは、創造性についての概念であり、監視ということについての概念でもあります。そしてまた、私たち全員が分刻みで何をしているかということのデータを集める人々についての概念でもあります。

これらの概念—メディア言語、表象、制作、オーディエンス—は、少なくとも1970年代から私たちが映画、テレビ、新聞、コンピュータゲームなどを検討するために使ってきた概念です。そして、私たちはそれらをソーシャル・メディアについて教えることにも簡単に使えるでしょう。それだけでなく、ここ数カ月、私のブログで行ってきたことのひとつは、ソーシャル・メディアのプラットフォーム上で起きていることを理解したり、教えたりすることに、これらの概念をどうやって使うことができるかということです。私は、全く新しいアイデアやひとそろいの概念が必要だとは思っていません。私たちは、よく知っているその概念を実際に使えるのです。

#### 14. 「フェイク・ニュース」の事例

ここで例を挙げたいと思います。フェイク・ニュースについてです。どうしてかという、私はフェイク・ニュースに興味を持っているジャーナリストがいることを知っているからです。より一般的にする論点の一例です。

そうです、「フェイク・ニュース」は簡単な告発（accusation）になりました。とりわけ、ドナルド・トランプのような人々にとってはそうです。「フェイク・ニュース」は、告発です。それはフェイク・ニュースを主に提供していると私が主張する人も含め、誰もが使っています。そのため、この用語には注意が必要です。私たちはまた、何が証拠であるかということに注意する必要があります。私たちは次のようなことを知る必要があります。どれくらいのニュースがフェイク・ニュースなのでしょう。そもそも、どういうものをフェイク・ニュースと言うのでしょうか。フェイク・ニュースをどう定義すればよいのでしょうか。フェイク・ニュースはどれくらいの範囲に広がり、どれくらい普及しているのでしょうか。私たちはその影響をどう評価すればよいのでしょうか。フェイク・ニュースの氾濫によって、どうやら人々は洗脳されているという議論が多くなされてきました。私たちは注意を払う必要があります。ここでは、モラルパニックさえ、誇張の危険があります。

何より、フェイク・ニュースは実際に生じているはるかに大きな変化の徴候だと言うべきでしょう。これらはメディアビジネス自体の変化でもあります。あるレベルでは、フェイク・ニュースは釣り（clickbait）の一形態です。フェイク・ニュースは、人々に「いいね」を、あるいは嫌悪をクリックし、広げることを奨励します。私たちは、好きなものだけではなく、嫌いなものや憤慨していることもリツイートしたり、再び広めたりします。その観点からすると、フェイク・ニュースはとてもよいものです。これがメディア企業に多額の資金を生み出す方法です。なぜなら、クリックはデータを意味し、データはお金を意味するからです。

トランプの選挙運動では、いわゆるフェイク・ニュースの多くがマケドニアというバルカン半島の小さな町から発信されていることが発見されました。10代のグループがフェイク・ニュースから大金を得られるということを発見したのです。なぜなら、フェイク・ニュースを掲載すれば広告収入が得られるからです。彼らはドナルド・トランプを気にかけているわけではありませんでした。彼らはただ、ドナルド・トランプの支持者たちが望んでいそうなことを伝えることが、お金を生み出すのに非常に良い方法だということを発見したのです。このことは、フェイク・ニュースが釣りであるということを伝えています。それはメディア産業における経済変化の徴候です。

同時に、フェイク・ニュースは政治情勢の変化の徴候です。私たちはより二分化した政治情勢に向き合っています。私たちは、さまざまな種類の陰謀論がより一般的となり、より広く普及するようになる情勢に向き合っています。ここでのポイントは、これらがより大きな変化であるということです。フェイク・ニュースが原因となって起きたわけではありません。フェイク・ニュースは徴候であって、主な原因ではないのです。危険なのは、フェイク・ニュースに焦点を当てるとき、私たちはあまりにも単純化しすぎていたり、あるいは実際に大きな問題から目を背けてしまっていたりするかもしれないということです。フェイク・ニュースの問題を解決すれば、他の問題がすべて解決されるだろうという思考も危険です。他のいくつかの問題のほうが、よほどはるかに大きくて複雑かもしれません。

## 15. フェイク・ニュース：手っ取り早い解決策

さて、このようなフェイク・ニュースに関する主張には注意が必要です。問題解決の方法にも注意が必要です。技術的な解決策があると主張する人もいます。マーク・ザッカーバーグは、いくつかの問題を解決するアルゴリズムを作成するだろうと言っています。コンピュータゲームやアプリを手に入れることができます。それがフェイク・ニュースの問題を解決してくれるのです。マーク・ザッカーバーグは、事実（facts）と虚偽（lies）の違いを教えてくれるファクト・チェッカーを雇うつもりだと言っています。

しかしながら、メディア・リテラシーも、この問題に対するひとつの答えとして提示されています。あなたは、何が真実（true）で何が嘘（false）であるかを区別するためのチェックリストを見つけることができます。ここにはいくつかのよい提案があります。例えば、ウェブサイトのビジュアルデザインを検討してみるとよいでしょう。それは、権威を主張する方法や、信頼でき



る情報源だと主張する方法の一部かもしれません。記事の出どころを確認したり、さまざまな情報源をクロスチェックしてみたりするとよいでしょう。これらはすべて有用なものです、実際にこのようなチェックリストを人々が常に使おうとしているかはわかりません。そして、危険なのは、これらがいとも簡単に教えられるものだと思います。ある意味で、チェックリストとは非難のもうひとつの形式です。こうしろ、こうするな、という言い方の別のやりかたです。そんなに有用かどうか私にはよくわかりません。

## 16. 手っ取り早い解決策を超えて

特に、ここでの問題は、真実と虚偽をととても簡単に区別できるという前提です。残念ながら、ことはそれほど単純ではありません。もちろん、私はくだらないポストモダン人間ではありません。確かに真実があり、虚偽があります。しかしながら、問題はその中間にあるものなのです。私たちが遭遇することの大部分は真実と虚偽の要素を持っています。半分は真実、あるいは四分の一は真実だったりします。真実と虚偽の間には大きなグレーゾーンがあるのです。そのグレーゾーンにおいて、チェックリスト以上のものが本当に必要です。私たちには、本当に、批判的思考が必要なのです。

ここでもうひとつ危険なことは、ひとたびフェイク・ニュースを特定すれば、現実のニュースは絶対に大丈夫だという想定へと私たちを導いていることです。現実のジャーナリスト、現実の報道機関が行っていること、すなわち現実のニュースだからという理由で、私たちに批判的である必要のないようにしてくれます。繰り返しになりますが、批判的思考について考えているのです。メディア教育が問うている批判的思考は、フェイク・ニュースと同じくらい現実のニュースにも適用すべきです。

私たちには「手っ取り早さ (quick fix)」以上のものがが必要です。事実と虚偽を区別する単純化された考え以上のものが 필요합니다。そして、メディア教育においては、偏見、客観性、公平性のバランスなどについて教える長い歴史があります。もちろん、これらはすべてが同じものではありません。そのことを教えるなかで私たちが経験したのは、複雑な問題があるということでした。ひとたびニュースの学術的分析に目を向けると、ニュースは単なる真実と虚偽というよりも複雑だということがわかります。私たちは、ジャーナリストや読者もまた、記事をどう解釈するのかを検討する必要があります。次のことも検討する必要があります。ニュースは、どうやって議題を設定するのでしょうか。ニュースは考えるべきではないことだけではなく、考えるべきことをどのように決め、そして重要な問題を決めるのでしょうか。ニュースはトピックをどのように組み立てるのでしょうか。どうやって重要なことやその関連を、重要でないことや関連のないことを、フレームの内側にあるものや外側にあるものを決めるのでしょうか。私たちは言説について考える必要があります。言語はまずもって私たちが何について話すかをどのように定義づけ、構築するのか。例えば、社会問題を同定するラベリングを通して、社会問題はどのように定義づけられるのでしょうか。

はるかに複雑なねらいがあるのです。メディア研究者、メディア教育者であればよく知ってい

ます。私たちはまた、ニュースは理解の合理的なプロセスだけではなく、感情的でシンボリックな側面があるという考えに慣れています。これは教育を通じて合理的プロセスにすることのできるものではありません。だから、これらすべてに批判的思考が必要です。チェックリストだけでは、このプロセスの複雑さを理解するのに十分ではありません。簡単な「手っ取り早い解決」策ではうまくいかないでしょう。私たちは、今話したこれらの概念を採用できます。しかしながら、それはフェイク・ニュースだけでなく、すべてのニュースに適用する必要があります。また、私たちにはその議論そのものを教える必要があるでしょう。議論に生徒たちが関わるのが重要です。例えば、そもそもフェイクとは何なのか。誰がフェイク・ニュースについて話しているのか。なぜ彼らはそれについて話しているのか。なぜ私たちは今、突然これについて話しているのか。学校の生徒たち、特に高校生であれば、こうした議論に主体的に取り組むことができるのではないのでしょうか。

## 17. コンセプトの適用

ここまで提案したように、私たちはこの4つの概念をニュースに適用することができます。ニュースの言語について、その音声的側面、視覚的側面を検討することができます。表象について、ニュースの選択性、ニュース記事のまとめ方、出来事の具体的な解釈の仕方などを検討することができます。制作について、ニュース組織の経済を見ることができます。そしてどのようにこれらの組織が規制されているのかを検討することができます。そして、私たちはオーディエンスを検討することができます。人々がどのようにニュースを使い、どのように参加し、読んだものをどれほど信頼しているか検討することができます。これらの概念は、私たちが古いニュース、つまり新聞やテレビを検討するときの馴染み深いものですが、デジタル・メディアにも適用できるでしょう。

私たちは、批判的分析と、創造的な制作活動の両方を通じてそのようなことを行うことができます。数年前、私は何人かの同僚と仕事をし、小学校向けの教材「メディア・リテラシーの向上」を作成しました。そのひとつは、決してオリジナルなものではないのですが、子どもたちにニュースを作らせるというものでした。子どもたちに未加工のネタを与えました。彼らは編集・書き込みをして、自分たちのニュース制作をビデオに録画しなければなりません。その過程で、彼らは次のようなことをすべて考えなければなりません。例えば、視覚的言語を含め、用いようとする言語について考えなければなりません。自分たちのスタジオと似ているものは何か。司会者は何を着るべきか。どの記事を選択したらよいか。どの記事を最初にするか。どの記事を後にするか。話し方やナレーションをどうすべきか。私たちは、彼らを異なるメディア会社の社員だということにしました。そして、クラスの何人かの子どもたちを監視官に指定しました。だから、もし真実を伝えていなければ、何人かの子どもたちは他の子どもたちのところを回って行き、罰金を科すことになります。これは、表象していることを学ぶ極めて劇的なやり方です。私たちはまた、異なるオーディエンスについても考えてもらいました。大人のためのニュース番組ではなく、子どものためのニュース番組を作った場合、どのような違いがあるのでしょうか。こ

これらの概念は、フェイク・ニュース、あるいは事実上すべてのニュースに適用可能なのです。

## 18. しかしまた規制が必要だ！

私は、善意のスローガンとしてメディア・リテラシーを考えるのではなく、すべての子どもたちのための教育と学習の体系的プログラムとしてメディア教育を考えるべきだと主張してきました。しかし、だからといって規制が不要というわけではありません。両方必要なのだと思います。私のスローガンのひとつは、メディア教育は対処するための個別学習ではないということです。求められている変化に関するものです。私たちは、これらのデジタル・メディアの運用を公共の利益のためにどうやって作り出すかを真剣に考える必要があります。政府が公共の利益のために市場を規制する方法はたくさんありますし、私たちはインターネットを潜在的な公共の利益と考えることができます。私にとっては、インターネットはきれいな水や空気のようなものです。確かに、ある人たちの言い分だとこれらは必ずしも政府によって十分に規制されているわけではありません。それでも、私たちはインターネットについて同じように考えなければならないのです。

例えば私たちはコンテンツについて考える必要があります。フェイク・ニュース問題に対するインターネット企業の反応のひとつは、「問題があることは知っているが、それは我々の問題ではない」というものでした。「私たちは、コンテンツについては責任を負いません。私たちは技術サービスを提供するだけです。私たちはテクノロジー会社です」、と。しかし実際には、フェイスブックやその他の企業は単なるテクノロジー企業ではなく、メディア企業です。それらはメディアコンテンツを発表・配信している企業です。この種のメディアコンテンツを管理する何らかの方法がなければなりません。わかりやすい事例は政治広告でしょう。テレビに関しては、少なくともイギリスでは、政治問題の扱い方についてのルールがあります。私たちはでたらめな(indiscriminate)政治広告を許しません。テレビは政治的信念のバランスをとる必要があります。ところが、インターネットにはそれが適用されないのです。だから、政治的コミュニケーションを規制する何らかの方法が必要です。それが、私たちがドナルド・トランプとイギリスのブレクジットから学んだことのひとつです。

もうひとつの問題はプライバシーです。何が起きているのかを知らせる必要もなしに、人々からのデータを収集するシステムは問題です。フェイスブックに参加するとき、新しいウェブサイトに行くとき、よくメッセージが出るでしょう。「私は利用規約(terms and conditions)を受け入れます」と。利用規約を読んだ人はどれくらいいるのでしょうか。そんなことをしていたら、ぎょっとします。多くの場合、みなさんがしていることは、自らのデータの権利を放棄することです。あなたのすべてのコンテンツはこのウェブサイトないしこのプラットフォームを所有する人々に所有されているからです。これについては少なくともより透明性が必要でしょう。確かに、私たちが決めたのかもしれませんが。それは取引であり、取り結んだ契約です。それでよいのです。しかし、これらのサービスやプラットフォームを使うとき、自分たちが行っていることをもっと透明に、そしてクリアにする必要があるでしょう。

もうひとつの問題はアクセスです。誰がインターネットにアクセスしているのでしょうか。ここに現れる問題は、ネットワーク中立性の問題です。気がかりなのは、商品の宣伝のために、よりよいインターネットアクセスを購入しようとする企業の力です。すべての人が平等にインターネットにアクセスできるとは限りません。インターネットへよりよくアクセスするためにみなさんはお金を払わなければならないのです。このことは次のような問いを提起します。誰が本当にインターネットを所有しているのか。誰がインフラを所有し、管理しているのか。

資本主義のもとでは、政府は独占が物事を運用する最善の方法では必ずしもないと十分に認識しています。独占は必ずしも顧客または消費者の利益にかなうとは限りません。そして、多くのビジネス分野において、独占を防止しよう、競争を促進しようとしています。少なくともこれらの企業は税金を払う必要があります。しかし現時点ではそうなっていません。フェイスブックやグーグルは税金の支払いを回避することに長けています。もっと税金を払ってもらいたいと強く思いますし、そのお金がメディアの教育活動に使われるのを見てみたいものです。しかし、それは私自身の夢物語的思考でしょう。

## 19. まとめと……

私は、変化しているメディア環境に関する不安が膨らんでいることから話をはじめました。このような不安の多くは、それぞれ分離して問題を取り上げる傾向にあると主張しました。フェイク・ニュースしかり、ネットいじめしかり、ヘイトスピーチしかりです。その取り上げ方は、原因よりも生じている徴候に焦点を当てる傾向にあります。私たちに欠けているのは、より大きな構図の感覚です。私は、「手っ取り早い」解決策以上のものが必要だと主張してきました。なぜなら、それはメディア環境で生じているより大きな変化の徴候だからです。ちょっと非難を試みるだけでは問題は解決しないでしょう。メディア教育はより大きな構図を提供することができます。メディア教育は、より鮮明にかつ批判的な枠組みを持っています。それは、一貫的で包括的です。しかし、メディア教育だけでは十分ではありません。それは問題の解決策の一部であり、私たちにはまた、メディアの改革と規制が必要なのです。